

УДК 658.8.012.12:[338.439:637.1](477)

Проблеми розвитку маркетингових досліджень в Україні на ринку молочної продукції

Мельниченко Р.В.,

здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
спеціальності 181 Харчові технології

Миколаївський національний аграрний університет,
м. Миколаїв, Україна

Анотація: розглянуто основні проблеми розвитку маркетингових досліджень на ринку молочної продукції в Україні. Виділено головні труднощі: низьку обізнаність підприємців, нестачу фінансування, недовіру до результатів, відсутність єдиних стандартів та обмежений доступ до даних.

Ключові слова: молочна продукція, ринок України, проблеми, фінансування, довіра, доступ до даних.

Ринок маркетингових досліджень в Україні, особливо у сфері молочної продукції, стикається з низкою проблем, які гальмують його розвиток.

Однією з головних проблем є недостатній рівень обізнаності керівників підприємств про переваги маркетингових досліджень. Багато хто не усвідомлює, що інформація про ринок важлива для прийняття обґрунтованих рішень – компанії часто ігнорують необхідність проведення досліджень або обмежуються мінімальними зусиллями [2].

Ще однією суттєвою проблемою є брак фінансування. Проведення якісних маркетингових досліджень потребує значних ресурсів, адже потрібно оплачувати роботу спеціалістів, використання технологій, але не всі компанії готові вкладати гроші у цей процес. Особливо актуально для малого та середнього бізнесу, який зазвичай працює з обмеженими бюджетами і змушений економити на всьому, у тому числі, й на маркетингових дослідженнях [1, 2, 4].

Крім цього, існує також проблема недовіри до результатів досліджень. Деякі підприємці сумніваються у достовірності отриманих даних, що може бути пов'язано з недостатньою кваліфікацією дослідницьких агенцій або неправильним вибором методів дослідження, а це й підриває авторитет маркетингових досліджень та знижує їхню ефективність [2, 5].

Також варто зазначити проблему відсутності стандартизованих методологій, тобто, різні компанії використовують різні підходи до проведення досліджень, що ускладнює порівняння результатів та знижує їхню надійність. Особливо критично у сфері молочної продукції, де споживчі вподобання можуть суттєво відрізнятися залежно від регіону та демографічних характеристик й не тільки [3].

Нарешті, слід згадати про проблему доступу до актуальних даних. Збір інформації про ринок молочної продукції може бути ускладнений через відсутність відкритих джерел або небажання компаній ділитися своїми даними, що в свою чергу, обмежує можливості для проведення повноцінних досліджень та отримання об'єктивної картини ринку [3, 5].

Отже, підприємцям необхідно підвищувати обізнаність про важливість маркетингових досліджень та забезпечувати належне фінансування цього процесу, впроваджувати стандартизовані методології та сприяти відкритості даних. За таких умов ринок маркетингових досліджень в Україні зможе розвиватися ефективно, надаючи підприємствам необхідну інформацію для успішної діяльності на ринку молочної продукції.

Список використаних джерел:

1. Солнцев С.О., Черненко О.В. Маркетингові дослідження: навч. посіб. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. 118 с.
2. Мальчик М., Попко О. Сучасні тренди переробки сироватки операторами ринку молока та молочної продукції: світовий досвід. *Маркетинг в Україні*. 2020. №2. С.10-19.
3. Лилик І.В. Ринок маркетингових досліджень в Україні 2023 рік: експертна оцінка та аналіз УАМ. *Маркетинг в Україні*. 2024. №4-5. С. 4-28.
4. Стамат В.М., Шумилова І.С. Сучасні типи маркетингових досліджень в Україні. *Актуальні проблеми економіки, фінансів, обліку, менеджменту і права: теорія і практика: збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції (м. Житомир, 8 квітня 2023 року)*. Житомир: Центр фінансово-економічних наукових досліджень. 2023. С. 61-62. URL: <https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/19800>
5. Стамат В., Лесік М. Сучасні тенденції розвитку маркетингових досліджень в галузі харчових технологій. *Бізнес-аналітика: моделі, інструменти та технології* : матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 05-06 березня 2024 р.). Київ : Національний авіаційний університет. 2024. С.398-403. URL: <https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/18879>

Annotation: The main problems in the development of marketing research in the dairy market in Ukraine are considered. The key challenges identified include low awareness among entrepreneurs, lack of funding, distrust of results, absence of unified standards, and limited access to data.

Keywords: dairy products, Ukrainian market, problems, funding, trust, data access.

Науковий керівник:

Стамат В.М.

канд. екон. наук, доцент,

доцент кафедри менеджменту та маркетингу

Миколаївський національний аграрний університет